



Karakteristik Generasi Z Dan Dampak Produktivitas Kerja Pada Dunia Kerja Di Indonesia

Ketut Sunaryanto¹, Olivia Idrus²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Terbuka, Indonesia

E-mail: ksunaryanto@gmail.com¹, olivia@ecampus.ut.ac.id²

Abstrak - Dunia kerja di Indonesia terus mengalami dinamika perubahan terutama dalam hal sumber daya manusia. Salah satu yang saat ini menarik adalah perhatian para praktisi Manajemen Sumber Daya Manusia adalah perbedaan generasi pada angkatan kerja yang memiliki karakteristik yang berbeda-beda antara generasi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih banyak dan lebih rinci tentang karakteristik Gen-Z (Generasi Z) dan apa saja yang menjadi faktor dalam pengaruhnya terhadap produktivitas kerja di lingkungan perusahaan. Gen-Z yang umumnya didefinisikan bagi seorang individu yang lahir antara tahun 1995 – 2010 memiliki karakteristik yang unik dan berbeda dengan generasi sebelumnya. Termasuk dalam hal ini adalah tingkat adaptasi terhadap teknologi yang tinggi, preferensi terhadap fleksibilitas kerja, nilai-nilai keragaman dan inklusivitas, kekuatan mental dan jiwa, gaya kepemimpinan yang diharapkan, pola komunikasi dan lain sebagainya. Penelitian ini menggunakan metode analisa deskriptif kualitatif dengan teknik studi kajian literatur dari berbagai macam sumber jurnal, literatur, website dan lain sebagainya dalam kurun waktu Maret – Mei 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z cenderung lebih produktif ketika diberikan otonomi dan fleksibilitas dalam bekerja. Mereka juga lebih nyaman dengan teknologi dan memiliki keterampilan yang baik dalam penggunaan alat-alat digital, yang pada gilirannya dapat meningkatkan efisiensi kerja.

Kata kunci: Generasi Z, Produktivitas Kerja, Manajemen Sumber Daya Manusia

Abstract -The workforce world in Indonesia continues to experience dynamic changes, especially in terms of human resources. One thing that is currently of interest to Human Resource Management practitioners is the generational differences in the workforce which have different characteristics between these generations. This research aims to explore more and more detail about the characteristics of Gen-Z (Generation Z) and what factors influence work productivity in the company environment. Gen-Z, which is generally defined as an individual born between 1995 – 2010, has unique characteristics and is different from previous generations. This includes a high level of adaptation to technology, preferences for work flexibility, values of diversity and inclusiveness, mental and mental strength, expected leadership styles, communication patterns and so on. This research uses a qualitative descriptive analysis method with literature review study techniques from various sources such as journals, literature, websites and so on in the period March - May 2024. The research results show that Generation Z tends to be more productive when given autonomy and flexibility at work. They are also more comfortable with technology and have good skills in the use of digital tools, which in turn can increase work efficiency.

Keywords: Generation Z, Work Productivity, Human Resources Management

I. PENDAHULUAN

Menurut studi yang dilakukan oleh *IDN Research Institute* (2024), dalam laporannya yang berjudul *Indonesia Gen Z Report 2024* menjelaskan bahwa dengan 70,72% dari penduduknya berada dalam usia produktif (15-64 tahun). Bonus demografi diproyeksikan akan membantu Indonesia mencapai masa emasnya pada tahun 2045. Gen Z, yang dilahirkan antara tahun 1997 dan 2012, adalah kelompok generasi terbesar di Indonesia, dengan 27,94% dari total penduduk, atau 74,93 juta orang. Mereka mungkin bahkan lebih penting dari generasi milenial, yang merupakan generasi kedua terbesar di Indonesia, dengan 25,87% dari total penduduk, atau 69,38 jutaan orang. Hampir sebagian dari Gen Z bergabung dalam era ini usia produktif, sedangkan sisanya mampu berpartisipasi dalam dunia kerja tahun-tahun yang akan datang. Sebagai generasi yang tumbuh dari perubahan politik tahun 1998 di Indonesia dan sebagian dari jenis digital asli, Generasi Z tentu mempunyai sikap yang berbeda dan perilaku dibandingkan dengan orang yang lebih tua generasinya. Memahami siapa sebenarnya Sebenarnya, Generasi Z akan membantu kita menemukan jalan yang benar menuju Era Indonesia Emas 2045, mulai dari gaya

hidupnya, perspektifnya, dan nilai-nilainya tentang tujuan dan tantangan dalam hidup.

Di dunia kerja, saat ini banyak perusahaan yang memiliki karyawan dari 3 generasi yaitu Gen X (1965–1980), Gen Y (1981–1994), dan Gen Z (1995–2010) yang bekerja bersamaan ([1] Menurut laporan tahunan dari PT Malindo Feedmill Tbk (2023), menjelaskan bahwa jumlah karyawan berdasarkan usia yaitu 18 – 25 tahun sebanyak 384 karyawan (11%), 26 – 29 tahun sebanyak 653 karyawan (18%), 30 – 35 tahun sebanyak 979 karyawan (27%) dan diatas 36 tahun sebanyak 1,600 karyawan (44%). Sehingga untuk Generasi Z dengan rentang usia 18 – 29 tahun sebanyak 1,037 karyawan atau 29% dari keseluruhan karyawan sebanyak 3,616 di tahun 2023. Dengan memiliki hampir sepertiga populasi karyawan, tentunya PT Malindo Feedmill Tbk memiliki tantangan dalam membangun kerjasama karyawan antar generasi tersebut.

Berdasarkan studi yang dilakukan oleh [2], menjelaskan bahwa karyawan Generasi Z sebanyak 86% bekerja di posisi staf, lalu 12% di posisi Supervisor hingga Manager dan 1.5% di posisi Direktur. Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z sudah merata memasuki seluruh jenjang karir di perusahaan sehingga



dibutuhkan penanganan yang baik agar potensi dari Generasi Z ini benar-benar mampu mendorong keberhasilan sebuah perusahaan. Hal ini yang mendorong penulis untuk membahas faktor-faktor penting dalam menangani Generasi Z sehingga dapat diterapkan dalam perusahaan secara luas.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih banyak dan lebih rinci tentang karakteristik Gen Z (Generasi Z) dan apa saja yang menjadi faktor dalam pengaruhnya terhadap produktivitas kerja di lingkungan perusahaan. Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan berharga tentang cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan agar dapat mengoptimalkan produktivitas Generasi Z, yang saat ini semakin mendominasi angkatan kerja. Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi tantangan dan peluang dalam mengelola generasi ini untuk mencapai produktivitas yang optimal di tempat kerja.

II. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan survei, yang dikirim ke responden secara online. Sample diambil secara random di beberapa kantor di Jakarta yang memiliki demografi Gen Z [3]. Untuk menguji validitas, kuesioner awal, atau pretest, dikirim terlebih dahulu kepada 30 responden. Ini adalah kuesioner yang bertanya tentang produktivitas Gen Z di tempat kerja.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

[4] menjelaskan dalam bukunya bahwa latar belakang Generasi Z merujuk pada lingkungan sosial, historis, dan teknologis yang membentuk identitas dan karakteristik mereka. Generasi Z terdiri dari orang-orang yang lahir antara pertengahan 1990-an dan awal 2010-an, dan latar belakang mereka tercermin dari peristiwa dan perkembangan yang terjadi selama periode tersebut. Salah satu aspek penting dari latar belakang Generasi Z adalah revolusi teknologi. Mereka tumbuh di tengah ledakan teknologi digital yang memberi mereka akses penuh ke internet, perangkat pintar, media sosial, dan teknologi lainnya. Pengaruh teknologi ini memberi dampak besar pada cara mereka berinteraksi, memperoleh pengetahuan, dan berinteraksi dengan dunia luar. Aspek kedua adalah pengalaman sosial. Generasi Z tumbuh di era globalisasi, hak asasi manusia berkembang dan nilai sosial berubah, yang memengaruhi cara mereka berpikir dan melihat dunia. Mereka hidup di zaman di mana diversitas dihargai dan masalah sosial seperti keadilan, kesetaraan gender, dan lingkungan menjadi penting.

Generasi Z, yang merupakan generasi digital asli, muncul dan berkembang dengan cepat seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi. [5]. melaporkan bahwa dalam 4 tahun ke depan, sekitar 20% tenaga kerja di organisasi akan diisi oleh Gen Z. Namun, diskusi mengenai kehadiran Gen Z di dunia kerja kurang

mendapat perhatian dibanding Generasi Y atau milenial. Gen Z adalah orang yang lahir setelah tahun 1995–2010, dan biasanya disebut sebagai generasi pasca-milenial [6]; [7]. Menurut studi [8], perilaku Generasi Z dapat dijelaskan melalui empat karakteristik utama yang berasal dari keyakinan mereka bahwa kebenaran harus dicari. Pertama, Generasi Z dijuluki "*Undefined ID*" atau identitas yang tidak terdefinisi, karena mereka menghormati ekspresi individu yang bebas dari label. Mereka mencari jati diri dan sangat terbuka terhadap keunikan setiap individu. Kedua, Generasi Z dikenal sebagai "*Communaholic*" atau komunitas-aholic, karena mereka sangat inklusif dan tertarik untuk terlibat dalam berbagai komunitas dengan memanfaatkan teknologi, mereka ingin memperluas manfaat yang mereka berikan dan membangun jaringan yang kuat. Ketiga, Generasi Z dianggap sebagai "*Dialoguer*" atau pendialog, karena mereka percaya bahwa komunikasi adalah kunci untuk menyelesaikan konflik dan mencapai perubahan. Mereka sangat terbuka terhadap pemikiran yang berbeda dan suka berinteraksi dengan kelompok dan individu yang beragam. Keempat, Generasi Z disebut "*Realistic*" atau realistik, karena ketika mereka membuat keputusan, mereka biasanya lebih realistik dan analitis. Mereka senang memegang kendali atas keputusan mereka karena mereka senang belajar dan mencari informasi sendiri. Selain itu, mereka menyadari betapa pentingnya untuk memiliki keuangan yang stabil untuk masa depan.



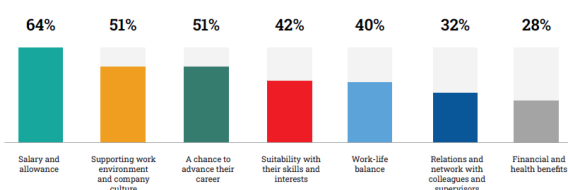
Gambar 1. Karakteristik Generasi Z ([8]).

[9] meneliti tentang pengguna internet di Indonesia dari perspektif generasi. Karena Generasi Z dianggap sebagai generasi internet yang sebenarnya, penelitian ini berfokus pada Generasi Z karena mereka lahir saat teknologi sudah tersedia, berbeda dengan Generasi Y yang masih mengalami transisi dari teknologi ke internet. Empat metode yang efektif untuk menyebarkan informasi tentang literasi media adalah video yang diposting di media sosial seperti Instagram dan YouTube, meme yang menarik dengan bahasa yang mudah dimengerti, selebgram yang berfungsi sebagai panutan dan memiliki image positif, dan baliho di jalan. Hasil yang menarik lainnya adalah bahwa informan laki-laki cenderung menyukai informasi media literasi melalui video dan meme yang disebar ke media sosial, sementara perempuan lebih menyukai kampanye yang dilakukan oleh selebgram berimage positif dan baliho. Lebih lanjut disampaikan bahwa Generasi Z memerlukan pelayanan ibadah yang kreatif dengan dukungan teknologi atau AI, tidak hanya cukup dengan doktrin saja [10].



Karakteristik Generasi Z memberikan dorongan yang kuat dalam menentukan produktivitas kerjanya. Selain itu, penelitian yang dilakukan mendukung hal ini, [11] bahwa bagi Gen Z penekanan pada pertumbuhan dan pengembangan karir selaras dengan semakin meningkatnya kesadaran akan pentingnya perbaikan diri dan kesehatan mental. Generasi Z mengakuinya bahwa pekerjaan yang memuaskan melibatkan peluang untuk peningkatan keterampilan, pertumbuhan pribadi, dan kemajuan dalam organisasi. Pergeseran prioritas ini mencerminkan suatu hal yang holistik terhadap pendekatan terhadap karir mereka, di mana faktor-faktor di luar moneter imbalan memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan mereka. Sangat kontras antara stereotip dan keluhan tentang Gen Z dan apa yang sebenarnya mereka hargai di tempat kerja memang dapat dikaitkan dengan tidak efektifnya komunikasi di tempat kerja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi generasi milenial tentang Gen Z tidak sepenuhnya sesuai dengan stereotip yang dibuat tentang mereka. [12]. Hal itu dimungkinkan mengingat mereka masuk ke dunia kerja selama pandemi, Gen Z mungkin tidak memiliki kesempatan untuk sepenuhnya memahami harapan rekan-rekan senior mereka dan norma serta budaya kantor yang ditetapkan. Efektif proses komunikasi dan orientasi dapat menjembatani kesenjangan ini, membantu menyelaraskan harapan mereka atas realitas tempat kerja dan menumbuhkan sikap yang lebih positif dan lingkungan kerja yang produktif untuk semua generasi.

Should I stay or should I go? Career growth and work environment are key factors after salary



*Multiple-response questionnaires allow the total result to exceed 100%.

Gambar 2. Faktor Produktivitas Kerja Generasi Z [11]

Generasi Z selalu terdorong untuk mengubah identitas mereka dan menunjukkannya kepada orang lain. Ini termasuk mengubah nama jabatan, jalur karier, dan uraian pekerjaan. Studi nasional menemukan bahwa 56% Gen Z lebih suka menulis uraian pekerjaan mereka sendiri daripada diberikan uraian umum. Saat berurusan dengan pekerjaan, Generasi Z menunjukkan sikap yang lebih realistis. ([13]. Generasi Z dikenal sebagai generasi yang penuh kreativitas dan inovasi. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh [14], sebanyak 63% Gen Z memiliki minat yang tinggi dalam melakukan berbagai kegiatan kreatif setiap hari. Kreativitas tersebut terbentuk dari aktivitas komunitas dan media sosial Gen Z. Ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa Gen Z adalah generasi yang dekat dengan teknologi (digital native),

karena mereka tumbuh di era ponsel pintar dan terbiasa dengan teknologi komputer yang canggih. Mereka juga lebih mudah mengakses internet dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Menurut penelitian, 33% Gen Z menghabiskan lebih dari daripada generasi sebelumnya, mereka lebih sering menggunakan media sosial dan menggunakan ponsel selama 6 jam sehari. Bahkan, survei tersebut menunjukkan bahwa Gen Z di Indonesia menggunakan ponsel paling banyak, menghabiskan rata-rata 8,5 jam setiap hari [15]. Meskipun dianggap sebagai generasi digital, empat puluh empat persen Gen Z lebih suka bekerja dengan rekan kerja dan tim secara langsung. Sebuah survei yang dilakukan oleh Kronos Incorporated pada tahun 2019 menemukan bahwa 33% dari 3400 orang Gen Z yang disurvei di berbagai negara menganggap fleksibilitas di tempat kerja bukan hanya penting, tetapi merupakan kebutuhan esensial.

Suatu survei yang dilakukan oleh [2], menyatakan bahwa Generasi Z menganggap bahwa bekerja di perusahaan yang memiliki reputasi dan opsi bekerja fleksibel menjadi faktor motivasi utama selain gaji dan tunjangan. Generasi Z menganggap dirinya adalah generasi yang paling rajin bekerja, tetapi mereka sangat menekankan fleksibilitas sebagai prinsip utama dalam bekerja. Akibatnya, Generasi Z tidak akan setuju jika mereka tidak ingin dipekerjakan. Menariknya, survei tersebut menemukan bahwa Generasi Z merasa terbebani dengan tuntutan bekerja yang lama dan tidak terlalu percaya diri untuk memasuki dunia kerja. Mereka mengalami tiga hambatan emosional, yaitu kecemasan (34 persen), kurangnya motivasi (20 persen), dan merasa rendah diri (17 persen), yang membuat mereka tidak yakin akan pencapaian profesional mereka. Namun, Generasi Z tetap optimis dan memiliki semangat tinggi untuk meraih kesuksesan di masa depan. Hal ini didukung dengan inovasi yang luar biasa dan prinsip yang kuat mengenai pentingnya stabilitas finansial, sehingga mereka terus bekerja keras untuk mencapai kesuksesan.

Motivasi merupakan hal penting dalam produktivitas kerja. Produksi adalah fungsi perkalian dari usaha (usaha) karyawan yang didukung dengan motivasi yang tinggi dan kemampuan (kemampuan) karyawan yang diperoleh melalui latihan. [16]. Jika melihat sebuah contoh profesi dosen, maka sangat penting untuk membicarakan tentang produktivitas kerja dosen karena berkaitan dengan indikator pencapaian tujuan organisasi perguruan tinggi, yaitu melaksanakan tridharma perguruan tinggi, yaitu pendidikan, pengajaran, penelitian, dan pengabdian masyarakat. Produktivitas kerja dosen adalah hasil kerja dosen dalam lingkup pekerjaannya, yang meliputi hasil pendidikan dan pengajaran, penelitian, dan pengabdian masyarakat. Output seorang guru dapat dipengaruhi oleh sejumlah variabel, baik secara internal maupun eksternal.



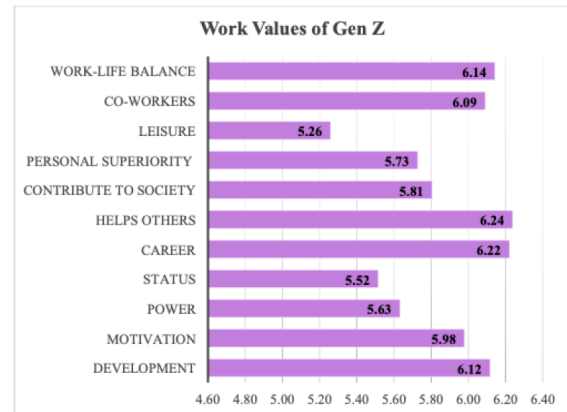
Motivasi kerja adalah komponen penting dalam meningkatkan produktivitas karyawan sehingga mereka dapat mempercepat pekerjaan mereka. Dalam bukunya, [17] menjelaskan bahwa generasi Z dapat ditingkatkan motivasinya dengan motivasi ekstrinsik dan intrinsik. Motivasi intrinsik berasal dari dalam diri seseorang tanpa terpengaruh oleh dorongan orang lain atau paksaan. Motivasi ekstrinsik berasal dari dorongan dari luar, seperti ajakan, suruhan, atau paksaan dari orang lain. Sikap belajar dan tingkah laku siswa dapat dipengaruhi oleh lingkungan kelas yang termotivasi. Pelajar termotivasi untuk belajar akan sangat tertarik dengan berbagai tugas belajar yang sedang mereka kerjakan; menunjukkan ketekunan yang tinggi; variasi aktivitas belajar mereka pun akan lebih banyak. Disamping itu, pelajar lebih terlibat dalam belajar dan kurang menyukai tingkah laku yang tidak baik yang dapat mengganggu disiplin. Oleh karena itu, motivasi pelajar harus dipertimbangkan saat mencoba menjaga dan meningkatkan disiplin kelas.

Dengan memperhatikan karakteristik, faktor produktivitas dan motivasi dari Generasi Z, maka perlu beberapa hal untuk diperhatikan dalam mengelola dan menangani Generasi Z di tempat kerja. Secara mendasar, Generasi Z memiliki keunikan dan potensi yang luar biasa. Generasi Z di Indonesia dilahirkan selama krisis ekonomi yang signifikan, yang membuat membesarkan anak-anak pasca-milenial menjadi tantangan yang berbeda bagi orang tua. Kecemasan orang tua ini tak disadari dapat mempengaruhi karakter Generasi Z. Mereka tumbuh di era resesi, yang membuat mereka mendapatkan perlindungan lebih dan seringkali merasa cemas jika situasi tak sesuai dengan keinginan mereka [18]. Generasi Z dikenal sebagai orang yang lebih berhati-hati dan cemas dalam menghadapi situasi yang berisiko. Mereka cenderung mencari informasi di internet dan media sosial untuk mengatasi kecemasan mereka. Ketika mereka mulai bekerja di tempat kerja, mereka juga dapat mengalami kecemasan dan stres. Sebuah studi oleh [19] menemukan bahwa jam kerja yang panjang, tenggat waktu yang ketat, dan lingkungan kerja yang sangat kompetitif menyebabkan 77% dari Generasi Z mengalami stres di tempat kerja. Walaupun begitu, Generasi Z mempunyai semangat kerja yang tinggi dalam mencapai karirnya dan akan berusaha untuk memberikan kontribusi yang baik bagi organisasi [20]. Kemampuan suatu organisasi untuk menyediakan lingkungan kerja yang fleksibel dan seimbang antara kehidupan pribadi dan profesional, menjadi faktor kunci dalam menarik perhatian Generasi Z. Menurut penelitian, setelah karier dan kesempatan untuk membantu orang lain, prioritas utama Generasi Z dalam memilih organisasi adalah keseimbangan antara pekerjaan dan hidup. [21].

Sumber: Diolah oleh Penulis, 2024

Tabel 1. Hal-hal Penting Dalam Mengelola Generai Z

No.	Hal-hal Yang Dianjurkan	Hal-hal Yang Dihindari
-----	-------------------------	------------------------



Gambar 3. Nilai Kerja Generasi Z [21]

Tidak mengherankan jika Gen Z sangat memperhatikan keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi (6.14), mengingat tingginya tingkat kecemasan dan stres yang mereka alami. Keseimbangan ini dipandang sebagai faktor penting dalam mencapai kinerja yang ideal. Hasil studi tersebut juga menunjukkan bahwa perusahaan dapat mendukung *work-life balance* dengan berbagai cara, seperti jam kerja yang fleksibel, cuti kesehatan mental, cuti sakit, dan cuti berbayar. Generasi Z yang gigih sangat mengharapkan kebijakan pengelolaan karier yang baik dari perusahaan mereka. Mereka tidak hanya menginginkan *work-life balance*, tetapi juga ingin memiliki kesempatan berkembang dan berkontribusi bagi organisasi.

Penelitian lain menunjukkan bahwa aspek penting bagi Generasi Z adalah kesempatan untuk membantu orang lain. Untuk mengelola Generasi Z, perusahaan harus mengembangkan kompetensi, mengelola stres, dan mengembangkan kecerdasan emosional, terutama di masa pandemi. Manajemen perusahaan harus melakukan tindakan aktif untuk mendukung kesehatan mental karyawan mereka; ini bukan hanya tugas yang harus dilakukan oleh manajemen sumber daya manusia strategis; itu adalah langkah penting yang dapat memperkuat hubungan antara karyawan dan organisasi di masa sulit seperti sekarang. Selain itu, perusahaan harus mampu mengelola karyawan secara optimal di masa yang tidak pasti. Kebijakan dan praktik pengelolaan sumber daya manusia organisasi harus disesuaikan karena keadaan lingkungan yang semakin kompleks. Berikut hal-hal apa saja yang dianjurkan dan dihindari dalam mengelola Generasi Z di dalam tempat kerja:



- | | |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Beri umpan balik yang jelas dan sering kepada karyawan Generasi Z untuk membantu mereka berkembang dan memperbaiki kinerja mereka. 2. Berikan kesempatan kepada Generasi Z untuk terlibat dalam proyek-proyek yang bermakna dan memberikan tanggung jawab, sehingga mereka merasa dihargai dan memiliki dampak yang signifikan dalam organisasi. 3. Fasilitasi lingkungan kerja yang mendorong kolaborasi tim dan pertukaran ide, baik secara langsung maupun melalui <i>platform</i> digital. 4. Berikan fleksibilitas dalam jadwal kerja dan opsi untuk bekerja dari jarak jauh jika memungkinkan, sehingga karyawan Generasi Z dapat menciptakan keseimbangan antara kehidupan kerja dan pribadi mereka. 5. Memanfaatkan teknologi yang canggih dan <i>platform</i> digital untuk memfasilitasi komunikasi, kolaborasi, dan kinerja yang efisien. 6. Menghargai Keanekaragaman dan Inklusi. Menciptakan lingkungan kerja yang inklusif dan menghargai keanekaragaman dalam tim, termasuk latar belakang, pengalaman, dan pandangan. | <p>Menghindari memberikan umpan balik yang tidak jelas atau tidak terjadwal, karena hal ini dapat meninggalkan karyawan Generasi Z merasa tidak pasti tentang kinerja mereka.</p> <p>Hindari membebani karyawan Generasi Z dengan tuntutan kerja yang berlebihan dan memberikan tekanan yang tidak sehat, karena hal ini dapat mengganggu keseimbangan antara kehidupan kerja dan pribadi mereka.</p> <p>Hindari memiliki kebijakan dan prosedur yang terlalu kaku dan tidak fleksibel, karena hal ini dapat membuat karyawan Generasi Z merasa terkekang dan kurang termotivasi.</p> <p>Tidak Mengutamakan Pengembangan Karir: Hindari tidak memperhatikan pengembangan karir karyawan Generasi Z dan tidak memberikan kesempatan untuk belajar dan berkembang secara profesional.</p> <p>Hindari kurangnya kolaborasi dan komunikasi dalam tim, karena hal ini dapat menghambat produktivitas dan kinerja keseluruhan organisasi.</p> <p>Menggunakan gaya kepemimpinan otoriter yang bersifat tertutup dan tidak memberikan kesempatan kepada Generasi Z untuk memberikan kontribusinya.</p> |
|--|--|

Menurut studi dari NEW & Deloitte (2018), *Talent Management* menjadi prioritas utama bagi organisasi saat ini. Bisnis harus beralih dari pola pikir tradisional tentang siklus hidup karyawan—rekrutmen, pengembangan, dan retensi—ke model pemikiran yang memungkinkan semua bakat di perusahaan diakses, diawasi, dan dilibatkan. Organisasi juga harus mempersiapkan kerangka berpikir berdasarkan tiga aspek strategis yaitu menentukan strategi pemanfaatan kompetensi, strategi pengembangan manusia dan menggabungkannya dengan perencanaan karier setiap orang, dan strategi pelibatan dan kelekatatan manusia organisasi. Model pemikiran ini sesuai dengan sifat Gen Z yang menekankan pada praktik pengembangan karyawan yang mendukung pertumbuhan karier dan kultur kerja inklusif yang berbasis pada hubungan antar manusia dalam organisasi. Namun, peran pemimpin organisasi dalam menerapkan model ini sangat penting. Gen Z akan termotivasi untuk melakukan banyak pekerjaan dan bertahan lama di perusahaan yang dipimpin oleh orang-orang yang konsisten memberikan kepercayaan, dukungan, dan perhatian untuk memungkinkan semua karyawan untuk berkembang secara profesional [22].

Menurut studi [23], Generasi Z sebagai anggota organisasi menginginkan kolaborasi dalam kreasi, inovasi, dan perubahan yang berarti untuk perusahaan. Mereka memiliki karakter inovatif yang menjadi katalisator bagi inovasi organisasi.

Generasi inovatif ini juga mengharapkan pembaharuan dari organisasi tempat mereka bekerja dan nilai-nilai yang mendukung gaya kerja inovatif. Untuk menginternalisasi budaya inovasi, pemimpin organisasi harus tanggap dengan menyelaraskan kebijakan organisasi yang menggalakkan inovasi di setiap departemen. Dengan mengadopsi budaya inovasi dan mendukung Gen Z sebagai bakat kreatif, diharapkan organisasi dapat meningkatkan kemampuan agilitas untuk menangani tuntutan lingkungan dan perubahan di masa depan. [24] menjelaskan dalam bukunya bahwa memahami karyawan Gen Z adalah dengan mengenal mereka secara pribadi. Ketika kita mengenali kekuatan dan kemampuan mereka, maka kita dapat memberi mereka pelatihan dan bimbingan dengan lebih baik yang akan menginspirasi karya terbaik mereka.

Dikarenakan Gen Z tumbuh di dunia yang serba cepat media sosial dan teknologi selalu hadir, kekuatannya cenderung terletak pada kemampuan beradaptasi mereka, pandangan positif mereka terhadap kehidupan, dan mereka kemampuan untuk berkolaborasi dengan orang lain. Meskipun mereka mungkin kekurangan keterampilan yang masuk akal dari generasi sebelumnya, mereka bersemangat untuk belajar, bersemangat untuk menonjolkan diri di dunia, dan bersemangat untuk mengambil langkah-langkah untuk mewujudkannya membuat dunia menjadi tempat yang lebih baik. Secara keseluruhan, Generasi Z kemungkinan besar akan mengalami hal yang sama terlibat secara politik dan



aktif dalam komunitas mereka, sesuai keinginan dan tujuan mereka. Kekuatan motivasi intrinsik Generasi Z akan lebih dapat meningkat dan mendorong budaya perusahaan lebih terbuka dan memberikan perspektif baru bagi pelanggan, pasar dan kebijakan perusahaan. Menurut [25] dalam penelitiannya tentang Generasi Z memiliki gaya kepemimpinan yang tepat. Gaya kepemimpinan ini terdiri dari tindakan seorang pemimpin yang membimbing, memotivasi, dan membimbing dan mengarahkan sekelompok orang maupun organisasi. Generasi Z mempunyai gaya kepemimpinan yang tidak sama dengan generasi sebelumnya. Penelitian ini dilakukan untuk menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan transformasional adalah gaya kepemimpinan yang paling cocok untuk Generasi Z di dalam organisasi.

IV. KESIMPULAN

Diambil kesimpulan berikut berdasarkan penjelasan hasil dan diskusi Generasi Z merupakan setelah tahun 1995–2010, dan biasanya disebut sebagai generasi pasca-milenial yang memiliki 4 karakteristik yang pertama yaitu "*Undefined ID*" atau identitas yang tidak terdefinisi, kedua yaitu "*Communaholic*" atau komunitas-aholic, ketiga yaitu "*Dialoguer*" atau pendialog, keempat yaitu "*Realistic*" atau realistik. Generasi Z menganggap bahwa bekerja di perusahaan yang memiliki reputasi dan opsi bekerja fleksibel menjadi faktor motivasi utama selain gaji dan tunjangan. Generasi Z menganggap dirinya adalah generasi yang paling rajin bekerja, tetapi mereka sangat menekankan fleksibilitas sebagai prinsip utama dalam bekerja. Oleh karena itu, Generasi Z tidak akan setuju jika mereka tidak ingin dipaksa bekerja. Menariknya, survei tersebut menemukan bahwa Generasi Z tidak terlalu percaya diri untuk memasuki dunia kerja dan merasa terbebani dengan tuntutan bekerja yang lama. Mereka mengalami tiga tantangan emosional: kecemasan (34 persen), kurangnya motivasi (20 persen), dan merasa rendah diri (17 persen). yang membuat mereka tidak yakin akan pencapaian profesional mereka. Generasi Z dapat ditingkatkan motivasinya dengan secara motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik. Generasi Z sangat memperhatikan keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi, mengingat tingginya tingkat kecemasan dan stres yang mereka alami. Keseimbangan ini dipandang sebagai faktor penting dalam mencapai kinerja yang ideal. Hasil studi tersebut juga menunjukkan bahwa perusahaan dapat mendukung *work-life balance* dengan berbagai cara, seperti fleksibilitas waktu kerja, cuti berbayar, cuti sakit, dan cuti kesehatan mental. Generasi Z, yang dikenal gigih, memiliki harapan yang tinggi terhadap kebijakan pengelolaan karier yang baik dari organisasi tempat mereka bekerja. Mereka tidak hanya menginginkan *work-life balance*, tetapi juga

ingin memiliki kesempatan berkembang dan berkontribusi bagi organisasi. Dalam mengelola dan menangani Generasi Z dalam sebuah organisasi atau perusahaan maka harus mempersiapkan kerangka berpikir berdasarkan tiga aspek strategis yaitu: menentukan strategi pemanfaatan kompetensi, menetapkan strategi pengembangan manusia dan menggabungkannya dengan perencanaan karier setiap orang, menetapkan strategi pelibatan dan kelekatan manusia organisasi. Perilaku yang ditunjukkan oleh seorang pemimpin dalam membimbing, memotivasi, membimbing, dan mengarahkan sekelompok individu atau organisasi dikenal sebagai gaya kepemimpinan. Generasi Z memiliki gaya kepemimpinan yang berbeda dari generasi sebelumnya. kepemimpinan adalah karakteristik perilaku seorang pemimpin yang membimbing, memotivasi, membimbing dan mengarahkan sekelompok orang maupun organisasi. Generasi Z mempunyai gaya kepemimpinan yang tidak sama dengan generasi sebelumnya. Gaya kepemimpinan yang pantas untuk diterapkan Generasi Z pada lingkungan organisasi adalah gaya kepemimpinan transformasional. Hasil penelitian menunjukkan gaya kepemimpinan transformatif adalah gaya kepemimpinan yang ideal untuk Generasi Z.

Dengan memperhatikan preferensi dan nilai-nilai Generasi Z, perusahaan dapat menciptakan lingkungan kerja yang menarik dan mendukung pengembangan potensi unik agar terus berprestasi bagi karyawan dari generasi ini.

Daftar Pustaka

- [1] S. Komalasari *et al.*, "Prinsip Character of Leader Pada Generasi Z," *PHILANTHROPY: Journal of Psychology*, vol. 6, no. 1, 2022, [Online]. Available: <https://doi.org/10.26623/philanthropy.v6i1.4960>
- [2] Populix, "Working Trend: Contains information about Gen Z and Millennial job preference, their point of view on side jobs and other work related." 2023. [Online]. Available: <https://info.populix.co/product/consumer-trend-report/download?report=working-trend>,
- [3] Suwandi and et. all Karim Amat, "Sosialisasi Pengolahan Sampah Supaya Bernilai Ekonomis Desa Simpangan Kec. Cikarang Utara Kab. Bekasi," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pelita Nusantara*, vol. 3, no. 1, pp. 23–27, 2024.
- [4] D. Sunyoto, *Mengasah Generasi Z - Keterampilan Kunci Untuk Bersaing di Era Teknologi dan Kreativitas*. Purbalingga, Jawa



- Tengah: Cetakan Pertama, Eureka Media Aksara, 2024.
- [5] M. Karina *et al.*, *Gen Z Insight: Perspective On Education*. Surakarta, Jawa Tengah: Unisri Press, 2021.
 - [6] A. Brown, "Everything You've Wanted to Know About Gen Z But Afraid to Ask." 2020. doi: <https://www.forbes.com/sites/abrambrown/2020/09/23/everything-youve-wanted-to-know-about-gen-z-but-were-afraid-to-ask/?sh=28e8cf793d19>.
 - [7] C. Linnes and B. Metcalf, "Generation and Their Acceptance of Technology," *International Journal of Management & Information System*, vol. 21, no. 2, pp. 11–26, 2017.
 - [8] McKinsey, "True Gen: Generation Z and Its Implications for Companies." 2018. [Online]. Available: <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies>
 - [9] R. Rastati, "Media Literasi Bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z di Jakarta," *Jurnal Teknologi Pendidikan*, vol. 06, no. 01, 2018, doi: 10.31800/jtp.kw.v6n1.p60–73.
 - [10] Y. Kristiyowati, "Generasi Z dan Strategi Melayaninya," *Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristiani*, vol. 2, no. 1, pp. 2716–3296, 2021, doi: p-ISSN:
 - [11] I. D. N. R. Institute, "Indonesia Gen Z Report 2024: Understanding and uncovering the behavior, challenge and opportunity." 2024. [Online]. Available: <https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-gen-z-report-2024.pdf>,
 - [12] A. R. A. Setiadji, S. Kusumaningtyas, and J. E. Juniarti, "Persepsi Milenial Terhadap Stereotipe Generasi Z," in *Jurnal Seminar Nasional Universitas Negeri Surabaya, Prosiding Seminar Nasional*, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya Jawa Timur, 2023, pp. 103–113,.
 - [13] D. Stillman and J. Stillman, "Mengenal Karakter Gen Z di Dunia Kerja." Gramedia, Jakarta, 2019.
 - [14] K. Pineda, "Generation Create? Gen Z Might Be The Most Creative Generation Yet, Poll Says. USA Today." 2020. [Online]. Available: <https://www.usatoday.com/story/news/nation/2020/08/18/generation-z-may-most-creative-yet-study-says/5589601002/>
 - [15] A. Kim, P. McInerney, T. R. Smith, and N. Yamakawa, 2020. [Online]. Available: [https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-](https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/what-makes-asia-pacifics-generation-z-different)
 - insights/what-makes-asia-pacifics-generation-z-different
 - [16] C. Wijaya and O. Manurung, "Produktivitas Kerja – Analisis Faktor Budaya Organisasi, Kepemimpinan Spiritual, Sikap Kerja, dan Motivasi Kerja Untuk Hasil Kerja Optimal." Prenadamedia Group, Rawamangun, Jakarta, 2021.
 - [17] F. Febriyanty and M. Muhammad, "Manajemen Sumber Daya Manusia Yang Pro Gen Z, Penerbit Inteligi." Tasikmalaya, Jawa Barat, 2022.
 - [18] G. Sakitri, "Selamat Datang Generasi Z, Sang Penggerak Inovasi," *Jurnal Prasetya Mulya*, vol. 35, no. 2, Hal. Universitas Prasetya Mulya, Kampus BSD, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia, pp. 1–10, 2021.
 - [19] K. Borysenko, "Generation Z is Coming to Work and Their Stress is Already High." 2018. [Online]. Available: <https://www.forbes.com/sites/karlynborysenko/2018/11/01/generation-z-is-coming-to-work-and-their-stress-is-already-high/#916e7cb273b0>
 - [20] O. Bucovetchi, G. C. Slusariuc, and S. Cincalova, "Generation Z–Key Factor for Organizational Innovation," *Quality-Access to Success*, vol. 20. S3, pp. 25–30, 2019.
 - [21] H. Agarwal and P. S. Vaghela, "Work Values of Gen Z: Bridging The Gap to The Next Generation," in *National Conference on Innovative Business Management Practices in 21st Century, Faculty of Management Studies*, Gujarat, India: Parul University, 2018.
 - [22] K. Incorporated, "Full Report: Generation Z in The Workplace." 2019. [Online]. Available: <https://workforceinstitute.org/wp-content/uploads/2019/11/Full-Report-Generation-Z-in-the-Workplace.pdf>
 - [23] Sammuel and S. R. Tanoto, "Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Terhadap Turnover Intention Melalui Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Mediasi Pada Karyawan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Sektor Makanan Dan Minuman Di Kabupaten Blora," *Agora, Jurnal Mahasiswa Business Management*, vol. 10, no. 2, 2022.
 - [24] R. Paggi and K. Clowes, "Managing Generation Z." Linden Publishing, Fresno, California, 2021.
 - [25] A. T. Dewi, K. M. Andrena, and C. A. Hellyani, "Gaya Kepemimpinan Ideal Untuk Generasi Z Pada Lingkungan Organisasi." 2023. doi: 10.54066/jrime-itb.v1i3.307.